



White Tiger

Ausgangslage

Das Unternehmen White Tiger erwirtschaftet seine Umsätze (im letzten Jahr weltweit 210 Mio. CHF, davon in der Schweiz 10 Mio. CHF) fast nur mit einem Produkt, seinem Energy Drink White Tiger.

Die Idee zur Entwicklung dieses Energy Drinks kam dem Geschäftsführer der White Tiger GmbH in den 80er-Jahren. Als Marketing-Manager eines großen Zahnhygieneherstellers war er geschäftlich viel in Asien unterwegs. Dort machte er Bekanntschaft mit weit verbreiteten „Energy Drinks“. Manager nahmen vor Meetings eine sirupartige Flüssigkeit zu sich, die dazu beitrug, auch längere Konferenzen hellwach und konzentriert durchzustehen.

Er kündigte seinen Job als Marketing' Manager, brachte das offensichtlich wirksame Produkt nach Österreich, kreierte ein -Marketingkonzept, taufte den Drink White Tiger und führte ihn zunächst in Österreich, in der Folge in osteuropäischen Ländern, in England und Mitte der 90er-Jahre in der Schweiz ein. Bei der Markteinführung in der Schweiz hatte es große Probleme gegeben, denn dort wurde White Tiger zunächst wegen seiner Inhaltsstoffe als Aufputzmittel eingestuft und konnte deshalb nicht legal vertrieben werden. Infolgedessen mauserte sich das Produkt zu einem beliebten Mitbringsel im schweiz-österreichischen Grenzverkehr und wurde durch rege Schmuggeltätigkeit noch vor seinem offiziellen Markteintritt zur Legende.

Mittlerweile gibt es White Tiger in 20 Ländern - in Europa und in Asien sowie seit kurzem auch in Kalifornien/USA.

Als „taurin- und koffeinhaltiges Erfrischungsgetränk" wurde White Tiger anfangs in der Nachbarschaft von Limonade, Cola und isotonischen Mineraldrinks angesiedelt. Ein Missverständnis, denn die neuartige Rezeptur verschafft dem Energy Drink eine Sonderstellung: ein funktionales Getränk, das man bei geistiger oder körperlicher Müdigkeit oder Abgespanntheit zu sich nimmt. White Tiger kombiniert zwei natürliche Substanzen und wichtige Stoffwechsel-Transmitter - die Aminosäure Taurin und das Glucuronolacton - mit anregendem Koffein, Vitaminen und der Energie aus Kohlenhydraten.

Im letzten Jahr wurden weltweit 200 Mio. Einheiten White Tiger getrunken, damit ist die Marke, die eine Getränkekatgorie begründet hat, unangefochtener Marktführer. In der Schweiz konnten 1 Mio. der 200 Mio. Einheiten abgesetzt werden, dies bei einem Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr von 35 %. Das Produkt wird zu je einem Drittel über Tankstellen/Kioske, den Lebensmitteleinzelhandel sowie die Gastronomie vertrieben.

Der Markt der Energy Drinks besteht inzwischen aus über 150 verschiedenen Marken, von denen aber nur ganz wenige Marktanteile von über 1% aufweisen können. Dazu gehören neben White Tiger vor allem Flying Eagle, Lipovital B3 und Magic Man, letztere eine Handelsmarke, deren Potenzial noch nicht ausgereizt zu sein scheint. Ansonsten zeichnet sich der Markt durch eine hohe Markensterblichkeit aus, d.h., dass jeden Tag drei neue Marken auftauchen und ebenso viele wieder von der Bildfläche verschwinden. Marktanteile der Top 3 (nach Vertriebsformen)

Marke	Lebensmitteleinzelhandel	Tankstellen
White Tiger	50%	60%
Flying Eagle	10%	20%
Lipovital B3	2 %	5

Obwohl der Verbrauch im letzten Jahr in der Schweiz erstmals zurückging, rechnen bekannte Marktforschungsinstitute damit, dass der Markt in den nächsten 5 Jahren noch einmal um 40% wachsen kann.

Die White Tiger GmbH möchte im nächsten Jahr ihren Umsatz weltweit um 30%, in der Schweiz um 25 % steigern. Besonderes Augenmerk legt die Geschäftsführung auf die Expansion in den USA und der Schweiz. Zu diesem Zweck beträgt der Werbe- und Mediabudget für die Schweiz im nächsten Jahr 1,5 Mio. CHF (1 Mio. CHF für klassische Werbung in TV, Kino und Radio, für Sponsoring, Events sowie VF-Aktionen stehen 0,5 Mio. CHF bereit).

Ihre Aufgabe

1. Erstellen Sie eine Sponsoring-Konzeption für White Tiger.
2. Schlagen Sie der Geschäftsführung einen besonderen Event für das Produkt vor und erstellen Sie eine Checkliste, in der die wichtigsten Punkte, die bei der Planung, Durchführung und Kontrolle ihres Events beachtet werden müssen, enthalten sind.